



**PENGARUH PEMASARAN RELASIONAL  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
TUPPERWARE  
(Studi pada PT. Tiara Kinarya Sakti Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

**Diajukan oleh :**  
**Novi Astuti**  
NIM. 2014-11-167

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2018**

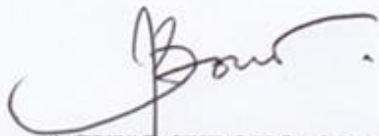
# **PENGARUH PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TUPPERWARE (Studi pada PT. Tiara Kinarya Sakti Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2018

Mengetahui,  
Ketua ProgDi



**AGUNG SUBONO, SE, M.Si**  
NIDN. 0520017602

Pembimbing I



**Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM**  
NIDN. 0618066201

Mengetahui,  
Dekan



**Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM**  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



**INDAH DWI PRASETYANINGRUM, SE, MM**  
NIDN. 0022038001

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah

**(Al-Qur'an, Ar Rumm ayat 31)**

“Tuntut ilmu dan belajarlah (untuk ilmu) ketenangan dan kehormatan diri dan bersikaplah rendah hati (Tawadhu) kepada orang yang mengajar kamu”

**(Sabda Rosulullah SAW, HR At. Tirmidzi Ibnu Majah)**

### **PERSEMBAHAN :**

1. Orangtuaku tercinta
2. Teman-temanku
3. Almamater UMK

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayahNya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa halangan suatu apapun. Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu tugas pada strata I Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka dari itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang telah mengorbankan waktu dan tenaga agar tercapainya laporan ini dengan baik. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris. Drs, MM, Dekan Universitas Muria Kudus dan selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si, Ketua Program Studi yang telah memberikan ijin penelitian.
3. Ibu Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM, Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya.
4. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu, serta keluargaku yang telah memberikan dukungan, semangat, kepercayaan dan doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Teman-teman Manajemen SI dan Almamaterku.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca. Amien.





## ABSTRAK

# **PENGARUH PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TUPPERWARE (Studi pada PT. Tiara Kinarya Sakti Kudus)**

**Novi Astuti**  
NIM. 2014-11-167

Pembimbing 1. Dr. H. Mochamad Edris. Drs, MM  
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh komunikasi, keterikatan, kepercayaan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan Tupperware pada PT. Tiara Kinarya Sakti Kudus baik secara parsial secara berganda. Sampel penelitian sebanyak 96 responden. Penelitian ini yang bersifat *explanatory* yaitu menerangkan atau menjelaskan. Uji instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan uji regresi, uji hipotesis t dan F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) ada pengaruh positif komunikasi terhadap kepuasan pelanggan tupperware pada PT. Tiara Kinarya Sakti Kudus secara parsial; (2) ada pengaruh positif keterikatan terhadap kepuasan pelanggan tupperware pada PT. Tiara Kinarya Sakti Kudus secara parsial; (3) ada pengaruh positif kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan tupperware pada PT. Tiara Kinarya Sakti Kudus secara parsial. (4) ada pengaruh positif empati terhadap kepuasan pelanggan tupperware pada PT. Tiara Kinarya Sakti Kudus secara parsial; (5) Ada pengaruh positif komunikasi, keterikatan, kepercayaan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan tupperware pada PT. Tiara Kinarya Sakti Kudus secara berganda.

Kata kunci : Komunikasi, keterikatan, kepercayaan, empati, kepuasan pelanggan.

## ABSTRACT

### *THE INFLUENCE OF RELATIONAL MARKETING TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION TUPPERWARE (study on PT. Tiara Sakti Kinarya Kudus)*

*Novi Astuti  
NIM. 2014-11-167*

*Advisor 1. Dr. H. Mochamad Edris. Drs, MM  
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM*

*The purpose of this study was to analyze the influence of communication, attachment, belief, and empathy toward customer satisfaction Tupperware at PT. Tiara Sakti Kinarya Kudus well partially in multiple. Sample research as much as 96 respondents. This research is explanatory that is explained or explained. Test instrument use test validity and reliability. Data analysis using regression test, test of hypotheses t and F, as well as the coefficient of determination. The results of this study concluded that (1) there is a positive influence of communication towards customers ' satisfaction tupperware at PT. Tiara Sakti Kinarya Kudus partially; (2) there is a positive influence of attachment towards customer satisfaction tupperware at PT. Tiara Sakti Kinarya Kudus partially; (3) there is a positive influence confidence in tupperware customer satisfaction at PT. Tiara Sakti Kinarya Kudus partially. (4) there is a positive influence of empathy toward customer satisfaction tupperware at PT. Tiara Sakti Kinarya Kudus partially; (5) there is a positive influence communication, attachment, belief, and empathy toward customer satisfaction tupperware at PT. Tiara Sakti Kinarya Kudus double.*

*Keywords: communication, attachment, empathy, trust, customer satisfaction.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	3
1.3. Perumusan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1. Pemasaran Relasional .....	7
2.2. Kepuasan Pelanggan .....	16
2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	21
2.4. Pengaruh Pemasaran Relasional terhadap Kepuasan Pelanggan .....	23
2.5. Kerangka Pemikiran teoritis .....	26
2.6. Hipotesis Penelitian .....	27
BAB. III. METODE PENELITIAN .....	29
3.1. Rancangan Penelitian .....	29
3.2. Variabel Penelitian .....	29
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	32
3.4. Populasi dan Sampel .....	32
3.5. Pengumpulan Data .....	33



3.6. Uji Instrumen .....	34
3.7. Pengolahan Data .....	35
3.8. Analisis Data .....	42
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	49
4.2. Penyajian Data .....	49
4.3. Analisis Data .....	57
4.4. Analisis Data .....	35
4.5. Pembahasan .....	64
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
5.1. Kesimpulan .....	66
5.2. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Komunitas ( $X_1$ ) .....	36
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Keterikatan ( $X_2$ ) .....	37
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Kepercayaan ( $X_3$ ).....	38
Tabel 3.4. Hasil Uji Validites Empati (Y).....	39
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	40
Tabel 3.6. Hasil Analisis Reliabilitas (Y) .....	41
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Komunikasi .....	52
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keterikatan .....	53
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kepercayaan .....	54
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Empati .....	55
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kepuasan Pelanggan .....	56
Tabel 4.9. Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
Tabel 4.10. Hasil Uji t .....	59
Tabel 4.11. Hasil Uji Hipotesis .....	62
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi .....	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	26



x1